INTERZONE VISIVE

LA GRAFICA EDITORIALE SOTTERRANEA

immagini di

Lapo Belmestieri
Piermario Ciani
Matteo Guarnaccia
Gianluca Lerici
Giacomo Moietta
Stefano Tamburini

testi di

Franco Bolelli
Carlo Branzaglia
Giuseppe Iannicelli
Tommaso Labranca
Gigi Marinoni
Enrico Sturani
Elisabetta Ziani

ARCINOVA
PORDENONE

INDICE

Una ricchezza frugale

Franco Bolelli



Immagine dalla rivista californiana Mondo 2000.

Se guardiamo dal punto di vista della corrente evolutiva, dell'orizzonte antropologico, non c'è dubbio che le cosiddette controculture siano state in questi anni ben più fertili ed espansive di ogni cultura ufficiale. Dall'immaginario psichedelico al cyberpunk, è dalle zone più calde ed estreme che si sono irradiati presagi, sentimenti e progetti per reinventare paradigmi e forme di vita, linguaggi e relazioni comunicative. Credo che questa funzione non puramente creativa ma essenzialmente di creazione (non cioè solo artistica ed espressiva, ma innanzitutto neurologica e vitale) sia stata tanto più ampia e più intensa quanto meno la controcultura si è arroccata nel culto consolatorio della propria diversità. Dove le culture alternative hanno spesso finito per fare la parodia di se stesse, è nel coltivare la propria marginalità separata, nel perseguire un'identità magari nobile ma pagata al prezzo mortale della prevedibilità del progetto e della ristrettezza del respiro. C'è tutto uno stile parassitario (la resistenza, la critica, la satira, l'opposizione, ...) che non ha fatto che appesantire il volo e inaridire le energie di creazione. Quanto più irreversibile appare la crisi dei modelli dominanti, tanto più l'immaginario alternativo dovrà prendersi la responsabilità evolutiva non di criticare ma di fare mondo. Tutti i grandi progetti, i grandi eventi, le grandi immagini, nascono dove la rigidità dell'opposizione lascia posto alla ricchezza della creazione. Ecco, ricchezza è una parola davvero nevralgica, troppo spesso si è risposto allo sfarzo imbecille del mondo del denaro rifugiandosi in un'etica poverista. Ma è sempre più chiaro che non c'è soluzione nella morale ("non c'è nulla di più disumano dei rapporti fondati sulla morale" ha detto Alan Watts) e non c'è soluzione nella povertà. Se guardo le filosofie, le immagini, gli eventi più appassionanti e avanzati, mi sembra che la soluzione stia in quello stato d'animo che mi è accaduto di chiamare ricchezza frugale. La combinazione elettiva fra il dispiego più ampio dell'immaginazione e l'essenzialità dell'esperienza vitale. Quella cosa volgare e plateale che ci hanno racconta-

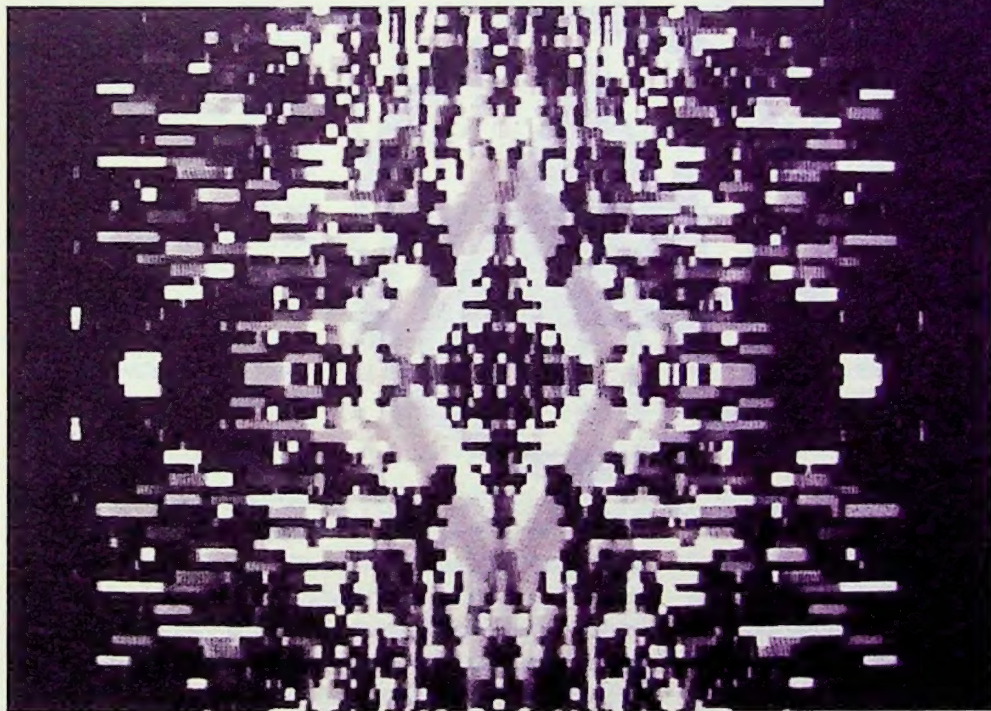
Collage di Matteo Guarnaccia.



to, quella non è che un misero surrogato della ricchezza. Ricchezza è la consapevolezza e l'espansione degli inestimabili giacimenti mentali, sentimentali, neurologici, sensuali, vitali, che gli esseri umani possiedono in sé. Mi sembra allora che la più alta forma di creazione, la più alta forma di autonomia, la più alta forma di immaginazione, prenda corpo nel risvegliare, nell'accendere, nell'allargare l'esperienza singolare espansa, i centri vitali, il sentimento di questa ricchezza. E' su questo orizzonte davvero infinito che siamo felicemente in viaggio.

Immagine elaborata da ***GMM*** *(Giovanotti Mondani Meccanici) per il n.1 della rivista* ***Ario****, Milano, primavera 1991.*





Electronic Mandala di GMM.



Immagine di Tommaso Tozzi dal n.1 di Ario.

Fare un passo oltre il nero

Alla ricerca di un delicato equilibrio tra l'ignavia grafica e l'alternatività stereotipata

Giuseppe Iannicelli

La grafica nell' "editoria amatoriale" è un classico esempio, secondo me, di promessa non mantenuta.

E' chiaro che la libertà di scelta e l'indipendenza dal mercato che caratterizzano le produzioni amatoriali dovrebbero essere un terreno fertilissimo per la ricerca applicata ad ogni aspetto dell' oggetto-pubblicazione: e quindi anche alla grafica.

Eppure, io vedo una incapacità di fondo nello sfruttare queste potenzialità.

Ho lavorato in particolare nel settore delle riviste letterarie con "Circolo Pickwick", una testata al momento "congeata": nessuno -me compreso- vuol ammettere che sia cessata, ma di fatto non esce da un bel pezzo. Accenno a CP solo per dire che negli anni dal 1984 al 1991(anno in cui mi occupai della rassegna "Comunicazioni Incrociate", una mostra-convegno dedicata all'editoria amatoriale e alle riviste in particolare) ho avuto modo di vedere davvero molto materiale, soprattutto italiano ma anche internazionale. Quando si fa una rivista, è ovvio riceverne altre in scambio, e comunque cercare di studiare quel che fanno gli altri.

La grafica, nelle riviste amatoriali culturali italiane, è da sempre un optional.

Ricordo lo scontro accesissimo con i soci della cooperativa editoriale di cui facevo parte: per molti di loro, se un testo era valido, pubblicarlo con una grafica favolosa o dattiloscritto su carta igienica non faceva alcuna differenza. Se non per il fatto che la seconda ipotesi è più economica, e quindi preferibile in un settore in cui la carenza di danaro è cronica. Questa accezione della grafica come un di più, magari anche un tantino snob e frivolo, secondo me non è estranea ai tanti "pugni nell'occhio" che pullulano nel mondo delle fanzine letterarie.

Io invece ho sempre pensato all'immagine come una integrazione necessaria al testo in un mondo come il nostro. E le riviste letterarie o culturali che "francescanamente" si esibiscono in tante belle paginette solotesto tutte uguali, identiche di numero in numero, non destano in me alcuna ammirazione per la scelta di semplicità. Mi paiono invece un esempio di mancanza di idee, ma soprattutto di pretenziosità barbosa pseudoaccademica - niente di peggio nel mondo dell'editoria che dovrebbe essere "alternativa".



Marchio progettato da Giuseppe Iannicelli per JJ&Co.

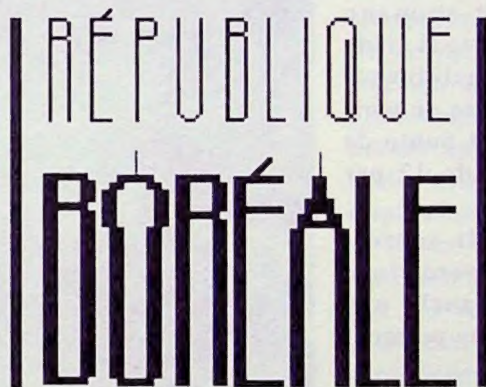
CP si presentava come "rivista letteraria di cultura immagine e comunicazione" e abbiamo sempre cercato di prendere sul serio questa definizione: oggi escono riviste di "immagine e comunicazione" senza immagini e senza linea grafica, e non saprei dire se si tratti di una geniale provocazione di stile dadaista o della totale inconsapevolezza circa il valore delle parole.

Ma c'è anche il problema opposto. Parlo delle riviste che la grafica la usano, la adottano, la sviluppano.

Quasi sempre, negli ultimi tempi, queste riviste amatoriali scelgono la "heavy grafica", se mi consentite di inventare una definizione: una grafica pesantissima piena di neri e costellata di immagini violente forsennate xerografate possibilmente pornogotiche o horrorgotiche. Intendiamoci, non critico la tipologia. Anzi, in alcuni casi la trovo interessante e brillante. Il problema è che questa grafica è diventata la bandiera di ciò che si autodefinisce alternativo, usata forzosamente in ogni sede -dalle riviste, appunto, ai volantini che promuovono i concerti dei centri sociali alle copertine delle cassette autoprodotte. E quando un segno che dovrebbe essere "alternativo" diventa la norma accettata e ripetuta manieristicamente...

Anche una rivista che in Italia segna un momento di passag-

gio interessantissimo come "Decoder" non sempre sfugge a questa alternatività stereotipata.
Intendiamoci, non sono mancati in questi anni esempi estremamente interessanti di lavoro fatto sulla grafica di riviste letterarie o culturali. Cito a caso -nessun s'offenda!- in Italia "Terra del Fuoco", "Usmis", "Tracce" (purtroppo solo per quanto riguarda la copertina); e poi "El Djarida" in Norvegia e "Fenici" in Spagna.
E poi bisogna anche spiegare a chi non "pratica" l'editoria autoprodotta che il problema del "nero" in eccesso è talvolta un problema essenzialmente tecnico. La stampa economica -e non parliamo poi delle fotocopie, mezzo spesso usato dalle "fanzine"- non può essere fatta con "livelli di grigio" né utilizzare troppo spesso foto "retinate" (che costano): perciò nella maggior parte dei casi l'immagine, nel passare dall'originale alla stampa amatoriale, perde ogni sfumatura per diventare rigidamente in bianco e (soprattutto) nero. Ricordo molto bene i problemi che avemmo anche con CP: qualunque sfondo grafico, per quanto "morbido" fosse in principio, in stampa diventava "durissimo" per via dell'esasperazione del nero... E c'era poco da fare.
Un altro killer della grafica nelle riviste amatoriali è l'impossibilità per chiunque di dedicarsi a questo settore abbastanza a lungo da sviluppare le proprie idee ed intuizioni: infatti il passaggio di collaboratori e facitori nelle riviste (che richiedono molto più impegno di quanto spesso si immagini) è veloce e si esaurisce in tempo breve. L'ingresso dei "collaboratori" nella vita produttiva a tempo pieno li sottrae regolarmente (ancor giovanissimi) all'impegno editorialgratuito e fa delle redazioni un luogo di transito continuo di menti e mani diverse -se la rivista riesce a sopravvivere a questi traumi: e spesso, come CP, non ci riesce.



Logo per le edizioni ***République Boréale*** *di Alessandria*

Non approfondirò il discorso circa il lavoro grafico sulle copertine dei libri, perché mi pare un fenomeno quasi inesistente salvo rarissime eccezioni, e perciò impossibile da trattare. La maggioranza dei libri che ricevo hanno infatti la copertina evidentemente impaginata dal tipografo, e la maggior parte dei piccolissimi editori amatoriali si contraddistingue per il crogiolarsi -vergognosamente?- in questa identità mancata.
Nelle pochissime "produzioni librarie" (un volumetto a stampa e due in fotocopia) uscite con il marchio "République Boréale" ho cercato di identificare una linea grafica semplicissima e leggera eppure esistente. L'ho studiata tale che possa applicarsi a qualunque eventuale formato del libro, ed in modo che venga a patti con l'obbligo di uno sviluppo povero, cioè sia cartoncino che stampa ad un solo colore (e per esagerare, mi sono proprio cimentato soprattutto col nero su bianco). I miei esperimenti ovviamente non rappresentano un traguardo, sono certo che moltissimi sapranno fare di meglio, basta provarci.
In definitiva mi pare di poter sintetizzare che il lavoro grafico da fare nel circuito delle pubblicazioni amatoriali sarebbe grandissimo, e costituisce perciò una sfida appassionante.
E' ovvio che una grande possibilità sarà quella di lavorare col computer, non solo per ottenere delle "stampate" di lavori grafici da inserire nelle fanzine o per disegnare le "gabbie grafiche" entro le quali inserire facilmente i testi. L'esistenza di software versatili come Hypecard per Macintosh consente già di creare delle vere e proprie riviste su disco, da leggere col computer, inclusive di testi, grafiche e suoni. Un primo tentativo in Italia (in MS-Dos) è stato "Adenoidi", e la strada non è ancora molto battuta a livello internazionale solo perché la quantità di "utenti" è al momento limitata e soprattutto divisa nelle due grandi famiglie Pc e Mac.
Restando in ambito più tradizionale, secondo me si potrebbe arrivare a nuove cose o comunque a cose "personali" se la grafica venisse davvero considerata un terreno di ricerca sul quale sperimentare ponendosi un obiettivo stilistico unitario all'interno della pubblicazione, e non del collage casuale di contributi.
In Circolo Pickwick fu una squadra composta da un "teorico", un grafico ed un fotografo a lavorare regolarmente fino alla definizione di una linea personale, unica nel panorama delle fanzine letterarie italiane.
Per questo penso che i più bei risultati si otterrebbero se su questo terreno di ricerca si avventurassero non dei singoli, ma delle squadre all'interno delle quali la discussione possa farsi metodo e sistema di lavoro.

Verso la scomparsa della grafica

Tommaso Labranca

1. Preludio

Avete presente il pianoforte? Quel mobile ingombrante che non solo costa un capitale, ma che un altro capitale richiede in Legnovivo per mantenerlo lucido? Ammettiamo che non sappiate suonarlo. Lo vedete, vi avvicinate, toccate un tasto. Ne esce una misera nota. Provate tre tasti insieme e non esce un accordo, ma tre misere note che suonano insieme. Se a quel pianoforte si siede Arturo Benedetti Michelangeli invece succede il miracolo: le note si moltiplicano, si amplificano al punto da farci dubitare che siano solo 12 per ottava.

Non sono solo gli anni di conservatorio, né il continuo esercizio a compiere il miracolo. C'è anche una componente impalpabile, che potremo chiamare demone.

Questo paragone illustra perfettamente il nostro rapporto con due strumenti fondamentali nella grafica dell'editoria indipendente: le fotocopiatrici e le stampanti laser. La maggior parte di coloro che hanno toccato questi strumenti ne hanno ricavato solo misere note stonate. E invece quei due strumenti sono proprio come il pianoforte, solo che in questo caso per tirarne fuori tutte le potenzialità non servono anni di conservatorio, ma c'è solo bisogno del demone, ossia della fantasia e della creatività.



*Copertina del libro **Giovani salmoni del trash**, versione 1.0, **Tommaso Labranca**, Trashbooks, Pantigliate, 1993.*

2. L'epoca d'oro del toner

Le prime fanzine della fine degli anni settanta, con la loro grafica confusa, addossata, stratificata, con le foto talmente rifotocopiate da apparire alla fine bruciate di ogni sfumatura grigia, ridotte all'essenzialità dei bianchi e dei neri, avevano senza dubbio una forza di rottura. Costituivano un modello e questo loro essere originali ne determinava la valenza estetica. Questa valenza se all'inizio era pari a 10, in seguito ha iniziato a precipitare senza

più possibilità di ripresa, poiché all'originalità si sostituiva il già visto, il ricopiato.
Che le prime fanzine inglesi o americane fossero fatte in quel modo non doveva significare che quello era lo stile-indipendente. Ma tant'è: copiare è sempre più facile di inventare e così ecco che gran parte dei fanzinari italiani non uscivano dall'orticello della pagina *sporca*, dell'impostazione grafica inesistente, dei testi dattiloscritti che si riducevano a semplici macchie su sfondi già abbastanza chiazzati e incomprensibili. E la catena di imitazioni procedeva stratificandosi: sul kaos e le scurrilità punk si adagiarono prima le croci, le tombe e tutto il mercatino dark, poi arrivarono gli animaletti, gli alberelli e tutto il Kindergarten ecologista. Non era assolutamente possibile distinguere tra le varie fanzine: erano una sola macchia nera, raffazzonata, stantia. Le pubblicazioni indipendenti *dovevano* essere sporche, imprecise, irritanti nella loro asimmetria. Pareva quasi impossibile fare qualcosa di diverso: se facevi una fanzine, dovevi usare *quel* tipo di grafica. Si arrivò al punto del non-ritorno quando un gruppo di commercianti editoriali senza scrupoli creò intorno a un insulso personaggio (Francesco Salvi) una insulsa pseudofanzine (Coscia), perfettamente stampata, ma realizzata graficamente come se fosse un prodotto underground, con testi fintamente dattilografati, foto fintamente fotocopiate, persino macchie di inchiostro finte! Uno scandalo, una vergogna. La cosa, comunque, non arrivò al numero due.



Copertina dell'ultimo numero della fanzine Trashware.

Insomma, sembrava proprio che non si potesse deviare da quella strada. Nel 1986, al tempo della massima fioritura di simili fogliacci, con un gruppo di persone feci uscire una artzine stampata (Artecrazia), dall'impostazione grafica in cui i vuoti bilanciavano i pieni, con le foto ricche di tonalità grigie.
Ci dissero di tutto: da presuntuosi (e lo eravamo) a fascisti (e non lo eravamo). Per qualche anno ho conservato le lettere di insulti che ricevemmo ai tempi, lettere confuse, disorganizzate, sporche, macchiate, insomma tanto simili alle fanzine.

3. Interludio

Intanto, mentre a Barlassina, a Pinerolo e a Barletta si creavano montagne di cartacce secondo uno stile

già stereotipato che si credeva imperversasse in Gran Bretagna, dallo stesso Regno Unito arrivavano segnali grafici sconvolgenti che però il lampo delle fotocopiatrici nascondeva agli occhi dei nostri fanzinari. Mi riferisco alla grafica situazionista di The Face, in cui nessuna pagina era simile all'altra e nonostante ciò tutta la mobilità e vivacità del lay out era sempre ariosa, pulita. E poi mi riferisco anche alle raffinatezze ancora oggi insuperate di uno studio grafico come il 23 Envelope, quello che ha disegnato le copertine più belle per la 4AD. Non è necessario disporre di grossi budget per ottenere risultati come quelli di The Face o di 23 Envelope. Servono solo le idee. Serve solo possedere e saper ascoltare il demone che ti fa sperimentare nuove possibilità anche quando si dispone di una semplice fotocopiatrice A4 e si ha voglia comunque di tentare qualcosa di più. Insomma, serve pensare, attività che a molti dei nostri fanzinari è rimasta del tutto estranea.

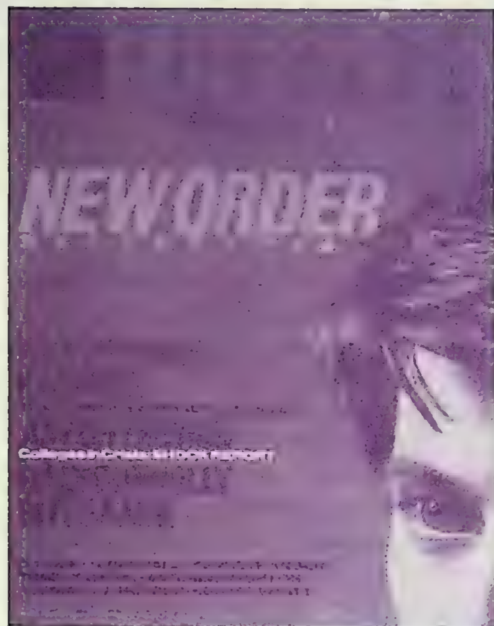


Design e illustrazione di Vaughan Oliver (23 Envelope)per un disco dell'etichetta 4AD, 1989.

I. La trappola della laser

Il declino delle fanzine è purtroppo avvenuto quando la diffusione a livello popolare del DTP ne avrebbe potuto permettere un vero rifiorire. Ma forse è stato meglio così: ancora più della fotocopiatrice la stampante laser è pericolosamente simile al pianoforte. Se non si dispone di un talento naturale si finisce per tirare fuori squallidi bollettini parrocchiali con fondini grigi, testi in Times e, massimo della follia grafica, qualche titolo in Zapf Chancery. Il tutto condito da colonne che non sfilano, orrendi righini in testa, giustificazioni forzate con buchi grossi come crateri lunari, vedove di due sole lettere (troppo tecnico? Meglio, così andate ad informarvi sul significato di queste espressioni e migliorate i vostri lavori). C'è chi è caduto nella trappola della laserimprovvisazione. Ma c'è anche chi è precipitato nel baratro opposto, quello dell'esagerazione effettistica, la rincorsa di impostazioni grafiche californiane (King può farlo, gli altri pongano attenzione) che rendono illeggibile la pagina. Il risultato: un'impaginazione che necessita non solo delle indicazioni *alto e basso*, ma anche di *fragile* (per quanto riguarda le idee di base).

Tra i due opposti la via da seguire non è l'equilibrio, ma la mortificazione. Il segreto per poter usare bene



Copertina di Neville Brody del mensile anglosassone The Face, n.39, London, Luglio 1983

le tecnologie è quello di fare il contrario di ciò che esse ci offrono: se si dispone di un Mac Quadra con 150 fonts ci si deve avvicinare alla macchina come se fosse un MS-Dos con processore 8088 e una stampantina a 9 aghi. Altrimenti, di fronte a macchine con troppe possibilità succede come in certi video musicali italiani: una ribollita di effetti speciali per accompagnare simpatiche marcette alla Cotugno.

5. Il futuro

Con gli 8 numeri di Trashware credo di avere esplorato molte delle possibilità offerte dalla laser, passando dallo squallore alla sofisticatezza, dal vuoto al troppo pieno; trovando ispirazione in *Interview* come in *Sfera*, In *Cronaca Vera* e in *Primavera Missionaria*. È ancora un segreto, ma quando leggerete queste righe non lo sarà più. Trashware ha completato la sua avventura e tocca ora a un progetto più ordinato, più vuoto, più concentrato. Tocca ora alle grandi pagine bianche di *Rivista Acida*, nelle quali il poco testo galleggerà, le foto saranno piccolissime, il font usato sarà solo uno e in un solo corpo. La strada grafica (e concettuale) del prossimo anno sarà questa dei *microeventi* e delle *microimmagini*? Non lo so.



Il carattere Typeface Two (1984) e due esempi di applicazione.





Libera grafica in libera stampa

La collana Millelire di Stampa Alternativa

Gigi Marinoni

L'underground in libreria? Parrebbe di sì. A molti anni di distanza dalla serie "Controcultura" Stampa Alternativa conquista le librerie con una collana che non è esagerato definire il terremoto che ha sconvolto lo stanco mercato editoriale degli ultimi anni. Scaffali polverosi infestati da foreste di Alberoni, rimbombanti di Echi tanto Fallaci quanto di Bocca buona hanno ripreso vita all'apparire di questi piccoli-grandi libri, vera e propria boccata d'ossigeno per chi non si era rassegnato all'aria viziata dell'inevitabile catena: casa editrice - critici - pubblicità - creazione "caso letterario" - premio dell'anno - libreria/supermercato con libraio/commesso - lettore citrullo pronto ad ingoiare qualsiasi schifezza a prezzi elevatissimi. Delle Millelire si è parlato tanto, sono arrivati gli imitatori nostrani (a frotte!) e già esce qualcosa di simile in Francia (i libri Dieci Franchi) e sta per uscire in Inghilterra.

Vorrei soffermarmi un attimo su un aspetto ingiustamente trascurato, a mio parere importantissimo nel far esplodere il fenomeno Millelire: la grafica, dalla copertina agli interni.

È davvero singolare come con una simile iniziativa si siano riaperti i canali che Stampa Alternativa ha sempre privilegiato sin dagli anni settanta. Sto parlando del piacere di mettere in moto, per una volta al di fuori dalle pressanti esposizioni economiche imposte dal mercato editoriale, tutta una serie di energie che sembravano definitivamente disperse nel grigiore delle collane perennemente uguali a sé stesse tanto da sfociare in una sorta di automitizzazione (vedi, a puro titolo esemplificativo, Adelphi e Sellerio che non si sono mai spostati un millimetro dal proprio stile). E così, come se niente fosse, ecco in tutte le librerie d'Italia (e prossimamente in edicola) questi libri accessibili a tutti, stuzzicanti, estremamente versatili, con un catalogo la cui unica caratteristica è di non entrare in alcun genere preciso. Totale libertà nella scelta dei testi (poesie, saggi, letteratura classica greca e latina, pamphlets, libri bianchi...) ed altrettanta anarchia dal punto di vista grafico. Del resto Marcello Baraghini, ideatore e conduttore della collana, non ha mai fatto mistero delle sue scelte: tra industria culturale e lettore è sempre stato dalla parte di quest'ultimo, ed è proprio per amore di chi legge che si è buttato in questa impresa, ai primi passi considerata poco meno di una forma di "suicidio editoriale".

È chiaro che un "prodotto" come i Millelire non poteva viaggiare vestito delle antiche stoffe rimodellate copiando le "grandi firme" del settore. L'attacco di Baraghini è stato totale e le copertine sono andate di pari passo coi titoli scelti; una generazione nuovissima di grafici, perlopiù giovanissimi, si è potuta misurare con la presentazione/confezione del testo, raggiungendo risultati notevoli considerando l'ambito di lavoro. Il formato innanzitutto: cm 10.5 x 14.3 obbligano ad essere concisi ed allontanano dall'eccessiva ridondanza. Un eccessivo manierismo sarebbe controproducente: lo stesso modulo, ripetuto per centinaia di titoli li annullerebbe agli occhi del lettore più smaliziato nel mare magnum della libreria. E, non ultimo, l'aspetto tecnico/economico: un solo colore in più ammesso oltre al bianco della carta e al nero dell'inchiostro. Aggiungete a tutto questo l'esiguo compenso, un simbolico rimborso spese il più delle volte liquidato sotto forma di copie-omaggio. Per chi credeva esistessero solamente i "designer" d'alta scuola da un milione a pennellata è stato un piacere portare alla ribalta un potenziale espressivo veramente enorme che aspettava solo di misurarsi con un editore aperto e disposto ad investire su facce nuove.

Dal recupero della grafica dell'est europeo delle prime copertine, è tutto un susseguirsi di collaborazioni: Matteo Guarnaccia, Salvatore Carbone, Laura Viale, Daniela Trabucco, senza contare le singole collaborazioni dove, come una volta, è stato un piacere incontrarsi, fare un pezzo di strada insieme e lasciarsi per ritrovarsi chissà quando.

Poi ci sono i cofanetti che raccolgono dieci Millelire in confezioni sempre diverse. Ricordiamo, su progetto gra-

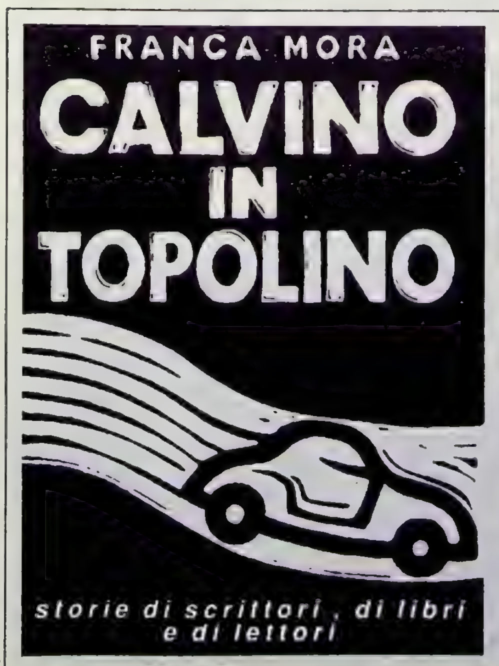
Libro Millelire con copertina disegnata da Salvatore Carbone, 1993.



fico di Alvise Visconti, la Raccolta autori inediti italiani (ispirata alla scatola di sigarette Camel con un vecchio siciliano con asino e ombrello al posto del dromedario) e quella Racconti dal mondo (tipo scatola di sigari) e sempre in ambito "tabaccheria" la Biblioteca della felicità (in una scatola di fiammiferi).

Ma non è finita qui, Baraghini non è tipo da addormentarsi sulle posizioni raggiunte, tutt'altro, e sta già pensando a nuove soluzioni, a nuovi materiali, a nuove forme per proporre il suo sogno di sempre: il libro visto non come merce ma come mezzo di comunicazione, se non amore, tra l'editore e il lettore. Che è poi quel che succede quando i Millelire escono dalle librerie per riprendere la strada. Non ci sono più i festival pop, i concerti di una volta, ma state sicuri che se c'è uno spazio dove mettere i libri e ci sia modo d'incontrarsi (non l'asfittico circolo chiuso dei critici, attendenti e "industriali del settore" che sembra vivere più di aperitivi e fatturati che di proposte culturali) c'è sempre il banco di Stampa Alternativa (Arezzo Wave, Salone del libro di Torino, Meeting delle etichette indipendenti di Firenze, al Castello di Belgioioso alla rassegna dei piccoli editori, Umbria Jazz, Stop Over di Bari e tante altre occasioni) col suo coloratissimo settore Millelire. Ed è qui che ci si accorge dell'importanza che riveste la grafica in tutta l'operazione: ve lo immaginate un librino così con le solite copertine dove di volta in volta cambia solo il titolo? E invece la massima libertà data ai grafici è stata ricambiata con un fuoco d'artificio di stili, colori, tecniche, impaginazioni. Ancora una volta è stato dato senso alla frase "piccolo è bello". Sembrava impossibile questo soffio di libertà: che bello per i Berlusconini del settore dare per morto qualsiasi tentativo di dare vita e colore alla comunicazione in forma-libro. E invece no: Stampa Alternativa è qui per restare, e con lei un sacco di pittori (non di corte) pronti a tirar fuori i propri gessetti per disegnare il confine tra creatività e consumismo; se poi il mitico "lettore" preferirà i precotti Mondador/rizzoliani, non staremo a piangerci addosso: ci resterà il piacere di aver avuto per le mani queste perline, di averci potuto giocare, scrivere, disegnare, comprare, proporre, regalare. E se tutto questo non è underground meglio ancora, la vera alternativa è quella che sa andare incontro alla gente, senza chiudersi in circoli iniziatici. Se si ha qualcosa da dire è un piacere allargare l'area della comunicazione: fuori dai ghetti e nelle strade, come sempre. Non è forse questa la caratteristica dell'editoria sotterranea (alternativa, underground, contro, antagonista o come vogliamo chiamarla)?

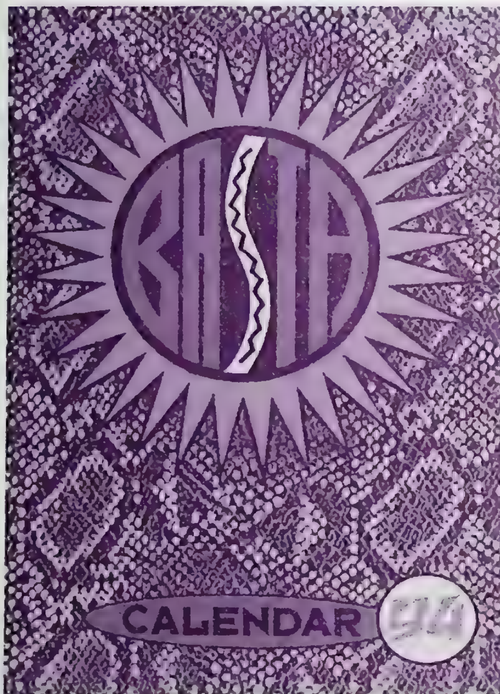
Copertina di Laura Viale, 1993.



Le edizioni Bizarr

Enrico Sturani

"Underground e rivolta antiborghese non sono una questione di età ma di stile"; dopo oltre dieci anni di esistenza, *Bizarr* resta fedele alla linea; per Sissa Marquardt e Markus Schmölz, i suoi protagonisti, lo stile non si riduce consumisticamente a moda da mutare ad ogni cambio di stagione.



Bizarr però non opera più, come alle origini, nel sottosuolo delle subculture giovanili di Monaco di Baviera: le cartoline realizzate in poche decine di pezzi, colorando a mano delle fotocopie di glaciali vedute della locale "underground", sono un simbolo ormai lontano, e di fatto sono esaurite da un pezzo. Né risuona più il provocatorio messaggio "Borghese di merda!" lanciato a uno Yuppie con 24 ore.

Passando da una produzione manuale, destinata alla ristretta cerchia dei compagni di strada, alla produzione industriale, destinata al generico pubblico internazionale delle maggiori cartolerie d'Europa, i soggetti e i relativi messaggi forzatamente cambiano: é inevitabile quando un'attività basata sul semplice bisogno di esprimersi, di rappresentare l'immaginario proprio e dei propri simili, compie il salto alla funzione pratica di garantire la sopravvivenza.

Ma, se cambiano i soggetti, non cambia lo stile: il messaggio non è più "Legalizzare il cannibalismo", ma "Felice Natale" o "Let's party". Però la rosa-rossa-simbolo-d'amore trafigge realisticamente il collo della sventurata, i cuori rossi hanno il bordo seghettatamente angoloso o son fatti di sanpietrini, i bimbi-buoni sono mostruosamente deformati dal grandangolo, i saluti giungono da "Nessunposto", a fare gli auguri sono orridi mostri, a Babbo Natale viene sbattuta la porta in faccia; tra i messaggi "da cartolina" spuntano "Ti odio", "Vaffanculo", "Merda".



Lo stile oscilla, a seconda dei casi, dalla rivisitazione degli anni '50, colti nella dimensione pre-Pop Art della pubblicità, moda e gusto popolare, al romanticismo sdilinquito in chiave iperkitsch, alla freddezza techno di lunghi messaggi in caratteri squadrati. Ma sempre hanno in comune la volontà di colpire allo stomaco più che di carezzare, di suscitare una reazione più che di compiacere, di stimolare a riflettere e non solo a guardare. Sono tutte immagini in qualche modo scostanti, che non inducono mai alla sciatteria e pigrizia dei guardoni abboffati di immagini soft. Un segno evidente in questo senso è la vistosa assenza dei due soggetti che oggi fanno vendere maggiormente: i gatti e le donne intese come "fiche". Di gatti ne hanno editi solo due: uno digrigna incazzato sotto lo shampoo, dell'altro sono inquadrati, in modo inquietante, solo gli occhi e il naso. Le uniche donne compiacentemente ammiccanti sono delle cameriere di birreria che brandiscono

enormi wurstel: una fica è bensì mostrata senza veli né peli, ma é dentata; una sola tetta emerge dal cuoio nero per esibire il capezzolo trafitto da un anello.
Se i "soggetti da cartolina" sono rivisitati in questo modo tra ironico e grottesco, il supporto stesso non se la passa liscia. Cavallo di battaglia delle edizioni Bizarr sono le cartoline "giranti" fatte di due strati imperniati uno sull'altro: girandoli si ottengono effetti optical con cui gli amatori si fanno pere percettive, gustandoli come "acid", psycho", "ecstasy" sino alla "transe". Certe cartoline fanno da supporto a veri preservativi, altre contengono della sabbia o del colore liquido; quelle a forma di accendino gareggiano con quelle a forma di pan tostato.



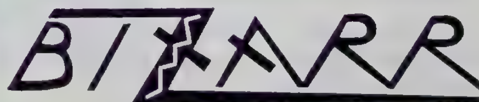
Cartolina My favourite cocktail.

Questa sperimentazione sbìrola, giustificata dalla vivacità commerciale degli ultimi anni '80, ha portato a moltiplicare i modelli e le loro possibili funzioni, proprio come successe agli inizi del nostro secolo, quando il messaggio scritto era sostituito dall'immagine, scelta tra migliaia di altre. Si tratta però di un fenomeno che i biologi chiamerebbero di "evoluzione parallela" poiché il "Bizarr world" non comprende certo i nostalgici delle vecchie cartoline della nonna.
In questi ultimi anni hanno affiancato altri prodotti: audio cassette con rumori e voci di varie città (comprese Alma Ata e Serekunda), T-shirts, calendari, video cassette (tra cui un "Vampir Drama", "Extreme Art", "Correnti Magnetiche", "Neoism"). E infine il prodotto con cui sono partiti tanti anni fa e risorgente puntualmente a ogni fine anno: un'agenda tascabile: BASTA!



Cartolina 6 o'clock depression.





Qui sopra, logotipo delle edizioni Bizarr.
A sinistra, cartolina Alles wird gut: herz.

Nell'altra pagina, (in alto) copertina dell'agenda Basta!, (in basso) cartolina fustellata I'm on the road again.

Il bricolage grafico delle fanzine pordenonesi

Elisabetta Ziani

Parlare della produzione grafica delle subculture giovanili, significa entrare in un mondo quanto mai complesso di segni, significati, di "una cultura che pone problemi mai formulati né considerati prima d'ora"1.

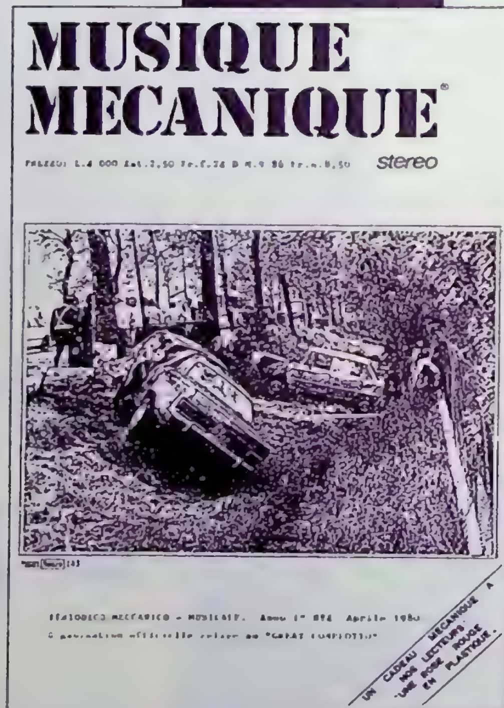
Le subculture giovanili si esprimono attraverso tre canali principali:

1) "Le forme sonore del sapere", ovvero la musica, che costituì fino all'avvento delle fanzine l'unico mezzo di comunicazione d'idee, di cultura, determinando il linguaggio, le icone alle quali un dato gruppo giovanile poteva fare riferimento per potersi auto-celebrare, auto-definirsi.

2) L'estetico, l'abito, che determina il gruppo, esprime le tipologie d'ispirazione culturale, pone dei limiti, tra subcultura e subcultura, e tra le stesse e la cultura ufficiale.

3) Con la nascita nel '76 della prima fanzine punk "Sniffin' Glue", le fanzine assunsero il ruolo di mezzo di diffusione culturale scritto delle subculture di seconda generazione.

Il materiale povero, cartaceo, e la fotocopiatrice (a volte il computer), sono mezzi duttili che permettono il "bricolage" fra testi ed immagini sia inedite che estrapolate dall'immaginario del movimento o dell'idea ai quali la fanzine si riferisce, nei quali la fanzine si auto-rappresenta, generando altri simboli, altri segni. Questi, stravolti dal loro significato iniziale, rappresentano una metodologia di appropriamento che è tipica delle subculture, dove l'oggetto acquisito viene rielaborato, "accumula un valore d'uso, un 'senso'"; D. Hebdige, citando J. Clarke, indica come il "bricolage subculturale" sia determinato da "oggetto e significato insieme [che] costituiscono un segno, e nell'ambito di qualsiasi cultura tali segni sono assemblati, ripetutamente, in forme caratteristiche di discorso. Tuttavia quando il bricoleur ricolloca l'oggetto significante in una posizione diversa all'interno di quel discorso, usando lo stesso repertorio di segni nella sua totalità, si costituisce un discorso nuovo, si trasmette un messaggio differente"2.



Musique Mecanique n. 4, 1980.

La grafica delle fanzine sottostà a tale affermazione in quanto, come citato prima, l'uso dei simboli, delle immagini, generalmente viene attinto da icone già esistenti, con un proprio "background" culturale che nel nuovo ambito nel quale viene rielaborato si accosta a nuove tematiche generando un nuovo immaginario, che ben si plasma, si adatta al contesto nel quale viene impiegato.

La nuova cultura dunque, opera dei propri e veri furti iconografici riadattandoli al proprio bisogno di esprimere, al bisogno di comunicare la propria condizione giovanile che tende, anche nella comunicazione editoriale, alla propria autodeterminazione, all'autoisolamento dalla cultura ufficiale che detta schemi e regole fisse poco adattabili alle aspirazioni dei giovani.

Le fanzine pordenonesi non sfuggono a tali concetti, li autocelebrano, rappresentando le situazioni giovanili che si sono succedute dal '78 ad oggi. Città che ha aderito a ciò che l'oltremanica proponeva, riuscì e riesce sempre a reagire a tali impulsi generando movimenti inediti (Great Complotto) e aderenze a movimenti anglosassoni, l'esempio più significativo nel gruppo modernista che ebbe la propria voce

nella fanzine Modern Outlook, nata nel 1982 e tuttora in attivo, un esempio di longevità rara nel campo dell'editoria sub culturale.
Proprio nel primo numero del 1985 (la numerazione è una scelta arbitraria, in quanto non sottostà a nessuna regola) di questa fanzine, la contro copertina presenta un tipico appropriamento di immagini esistenti riconnotate entro un nuovo discorso, in questo caso ludico, che si compenetra entro le copertine di alcuni dischi che il movimento ascolta. La cornice di sapore beat contorna un discorso che rimanda ad icone di riferimento che miscelandosi nella pagina generano un suggerimento visivo, e dunque culturale, di quali siano i modelli d'ispirazione, modelli che non fanno più parte degli anni Sessanta ma che sono il contingente, il presente culturale del movimento.


Plustones n.4, pag. 41, 1989.

Un altro esempio di bricolage sub culturale è rappresentato dalla fanzine Plustones, d'ispirazione ska-beat, che propone quasi sempre una pagina dedicata a facce note e sconosciute che si fondono assieme entro uno sfondo a scacchi bianchi e neri che nell'iconografia ska di seconda generazione indica il gemellaggio culturale fra popolazioni bianche e nere .



Modern Outlook n. 1, 1985.

Tra le fanzine (le più recenti : L'Urlo Dal Tombino , Sulla Strada, Stone Age, Outtamind, La Pezza Strappata, Testecalde, Customer's M.C., ecc.) non vanno dimenticate quelle che furono le fanzine "storiche" che rappresentarono il Great Complotto o che comunque fecero la loro comparsa in quel periodo; Rock Pn Roll che fu scritta quasi interamente a mano escludendo così ogni mezzo meccanico e iterando i propri scritti con fumetti inediti , The Brand New Wave Paper che non utilizzava immagini prediligendo scritti a mano e a macchina inseriti entro griglie arbitrarie, Spillon che presentava alcuni numeri colorati a mano generando dei pezzi unici all'interno di ogni uscita , 115/220 che insieme a Onda 400 e 50% presentano una grafica elaborata sia per quanto riguarda l'impaginazione che pér le immagini (fumetti, "fotoromanzi").



Plustones n.4, particolare del fumetto di Davide Toffolo.

Ovviamente non vanno dimenticati Molody Maker e la mitica Musique Mecanique che s'ispirava al concetto dei motori, alle parti meccaniche, rappresentando, attraverso una serie di oggetti a "tema" che venivano applicati alla copertina, un'ispirazione di stampo dadaista, una riconnotazione di segni, di significati, un bricolage di idee e immagini, di oggetti e significati che tendono , come in tutte le altre esperienze pordenonesi, alla supremazia di una cultura giovanile autonoma che nel tempo riesce sempre a dimostrare un'originalità senza confini, a tendere ad una "liquidazione del valore tradizionale dell'eredità culturale"(W. Benjamin).

1 . Morin, L'Industria Culturale, Il Mulino, Bologna, 1962, pag. 42.
2 J. Attali, in: I. Chambers, Ritmi Urbani, I Turbamenti Dell'Arte, ed. Costa & Nolan, Genova, 1985, pag. 6.
3 I. Chambers, Ritmi Urbani, cit., pag.11.
4 J. Clarke, in: D. Hebdige, Sottocultura - il fascino di uno stile innaturale, I Turbamenti Dell'Arte, ed. Costa & Nolan, Genova, 1979, pag. 43.

Immagini da un altro mondo

Carlo Branzaglia

E' indubbiamente vero che bisognerebbe operare una ricostruzione della storia dell'underground italiano, anche se una ricognizione, più o meno sistematica, e relativa a periodi e punti di vista diversi è già stata effettuata in alcuni testi (1). In questo senso, ripercorrere tramite una serie di autori più che significativi le sfaccettature che hanno permeato l'immaginario visivo di tali ambiti permette a sua volta di delineare le evoluzioni della stessa cultura visiva in un paese come il nostro, nel quale la assenza di una forte e innovativa industria della comunicazione giovanile rende più difficile la distribuzione di materiali, prodotti e autori sia over che underground, nonostante la diffusione dell'elettronica, applicata o meno alla tipografia, abbia indubbiamente favorito una maggiore circolazione di immagini (e di idee).

Per questo stesso motivo, d'altronde, non è che si possa fare una divisione netta fra i due ambiti appena citati, ne insistere troppo sul concetto di "sotterraneo": da un lato, è ovvio, le produzioni degli autori di cui ci andiamo ad occupare saranno sì partite dalle più oscure cantine, come la tradizione comanda, ma hanno toccato senz'altro, e non solo tangenzialmente, ambiti diversi dell'ufficialità (editoriale, artistica o musicale che sia); dall'altro, già la scorsa edizione di questo appuntamento aveva segnalato come proprio la rivoluzione tecnologica fosse un motivo trainante per rendere estremamente labile il confine stesso fra un ambito propriamente appartenente al mercato delle merci, ed uno svincolato da tali obblighi e legato alla più immediata e libera auto espressione (2).

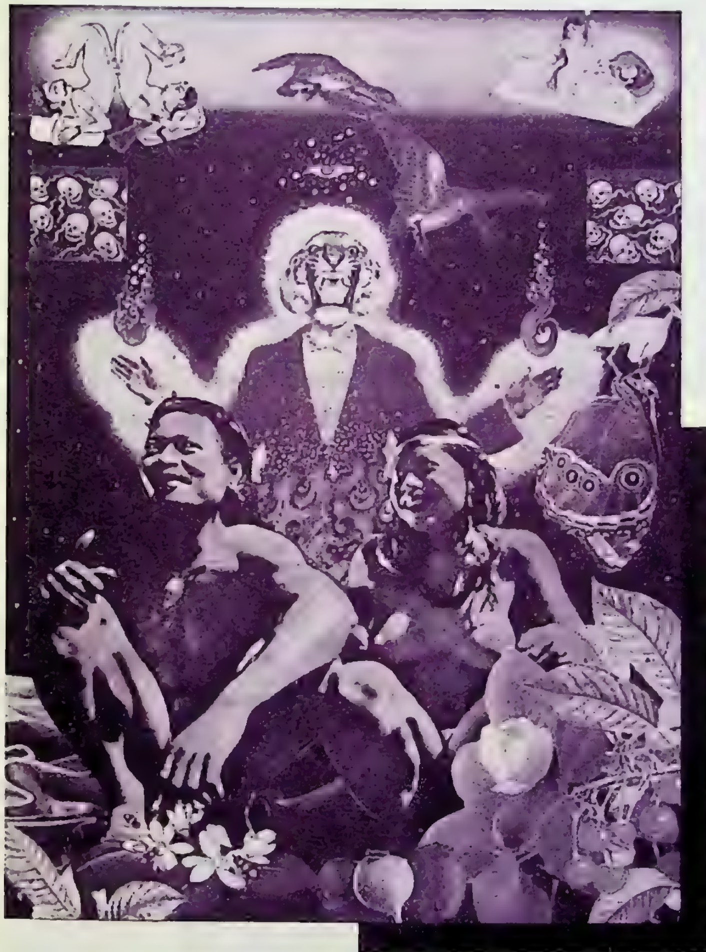
E' d'altra parte il terreno della innovatività, spesso indubbiamente legato alla stessa possibilità di libera espressione, quello su cui gioca l'immaginario underground degli autori presentati. E' il terreno più difficile e scivoloso, perché riguarda una qualità, e non una quantità; riguarda cioè la stessa capacità di fornire nuove soluzioni visive, facendosi interpreti propositivi di una intera situazione epocale. Il che significa anche possedere una forte capacità di sintesi nei confronti degli stimoli provenienti dagli ambienti, e dai canali di comunicazione, più disparati.

Molto si è già detto delle caratteristiche di questi ultimi decenni, nei quali l'introduzione massiccia di tecnologie per la conservazione e diffusione di informazioni ha reso possibile la contaminazione o semplicemente la giustapposizione di fonti (visive, sonore o quant'altro) provenienti dai più



Copertina di Gianluca Lerici per bootleg CD dei Grateful Dead.

diversi spazi come dai più diversi tempi. L'esposizione ad una così massiccia dose di informazioni rende estremamente complessa la costruzione di uno stile visivo che sia caratteristico dell'epoca in cui si vive e lavora: così accade che mai come nell'ultimo decennio si sia sentito usare (spesso e volentieri) l'aggettivo "ironico", che finiva però per essere esemplificativo di una situazione nella quale si becchettava qua e là, senza riuscire ad andare oltre la "decorazione sulla superficie del pianeta", come l'aveva definita Francesca Alinovi (3).Il che può non essere male, se condotto con reale ironia. Resta il fatto che gli autori qui presentati hanno saputo operare una reale sintesi dell'immaginario che li circonda, il che comprende anche le evocazioni date dalla musica, data la sua importanza nella attuale comunità giovanile; e l'hanno fatto con decisione, forzando i toni, non limitandosi a proporre arguti ma inconsistenti giochetti mentali, ma proponendo un taglio stilistico e iconografico che prima ancora di arrivare al cervello colpisse lo stomaco. In un certo senso, le loro alchimie non solo cortocircuitano mondi lontanissimi, ma plasmano la tecnica (e la tecnologia) rendendola attributo di uno stile talmente dirompente da sconvolgere la logica stessa delle iconografie ormai stabilizzate dal tempo. Da qui infine la capacità di estendere il proprio immaginario sui supporti più svariati. Ad accomunarli è inoltre il fatto (ovvio, se vogliamo, parlando di underground) di avere puntato essi stessi su una sorta di autoimprenditorialità (anche se il termine fa un po' troppo "cultura di impresa") inventando prodotti e soluzioni innovative, e non solo partecipando alle iniziative altrui. L'essere in un certo qual modo "tecnici" dei media ha poi fatto sì che la loro creatività si stemperasse anche su supporti diversi da quello di partenza. Ma rimane insindacabile il fatto che essi si muovano e si siano mossi per comunicare ad una comunità di persone prossime alla loro stessa sensibilità e cultura, ma comunque numericamente elevato. Ecco perché questa mostra riguarda fondamentalmente grafica e illustrazione (quest'ultima incrociata col fumetto): ambiti legati alla riproducibilità ed alla comunicazione, mondi inseriti nel circuito dei media, anche se in posizione marginale e/o piratesca.



Collage di Matteo Guarnaccia per la seconda di copertina del n.2 di Ario, Milano, estate 1991.

Che poi Matteo Guarnaccia abbia dipinto tele, o impostato graficamente riviste, è solo cosa che conferma la robustezza del suo immaginario. Stefano Tam-

burini ha addirittura una collocazione dubbia, avendo realizzato video, fumetti, illustrazioni, ed essendosi occupato a più riprese di musica: certo è che il suo nome rimarrà inscindibilmente legato alle sue creature editoriali, Cannibale e Frigidaire. Piermario Ciani è d'altronde uno sperimentatore continuo dei media tecnologici (dalla fotografia alla fotocopiatrice al computer), ma tutto il suo lavoro sembra ruotare attorno ad una idea globale della progettazione visiva. Giacomo Spazio andrebbe considerato un produttore discografico: ma quante vivacità immaginifica traspare dalle fotocopie, dalle copertine e anche dalle tele che nel corso degli anni ha realizzato. E quanti sono i supporti e i campi su cui si è mosso Lapo Belmestieri, votato ad una indubbiamente meritevole attività nel visual design. Mentre l'immaginario dirompente, vorticoso e fortissimo di Gianluca Lerici (alias Professor Bad Trip) incomincia a permeare di sé riviste, dischi, così come t-shirt e decalcomanie.

L'affiancarsi di questi autori permette di ricostruire un percorso storico, dipanatosi negli ultimi venticinque anni, che ha visto i motivi psichedelici e



Copertina di Lapo Belmestieri. Free n. 2. Firenze, 1983.



Copertina progettata da Giacomo Spazio per il gruppo Strike, 1992.

misticheggianti di Guarnaccia trasformarsi nell' undeground politicizzato, poi mutato in toni post punk, di Stefano Tamburini, e trasfigurato dalla vivida tavolozza new wave di Spazio e Ciani, il quale ultimo ha scoperto, come Belmestieri, la ricchezza scenografica di una composizione visiva pur ordinata, alla quale Lerici ha dato la rutilanza dell'incrocio fra cultura punk e neo psichedelia. Chiudendo in un certo senso il cerchio, anche se le terminologie impiegate sono valide solo a livello esplicativo.

Ma una carrellata consimile evidenzia anche come risulti particolarmente vivace e competitivo, a livello internazionale, l'apporto dato dai nostri autori, a dispetto di una situazione, lo si citava in precedenza, che non vede il nostro paese né particolarmente attento né particolarmente attivo per quanto riguarda la comunicazione visiva. E non è solo l'immaginario da loro proposto, ad essere decisamente concorrenziale; ma spesso e volentieri lo sono le loro idee e i loro stessi prodotti. E val dunque la pena ricordare, come omaggio allo scomparso Stefano Tamburini, l'assoluta e straordinaria originalità del progetto grafico (ed editoriale) di un Frigidaire, che a tredici anni di distanza dalla nascita continua ad avere ancor oggi imitatori.



Xerografia di Piermario Ciani per cartolina. Illustrators Postcards, Milano, 1984.



Illustrazione e progetto grafico di Stefano Tamburini per la raccolta n. 3 di Frigidaire, Roma, 1992.

1) Cfr. M. Guarnaccia (a cura di), Arte psichedelica e controcultura in Italia, Roma, Stampa Alternativa, 1988; e T. Tozzi, Opposizioni '80, Milano, Amen Prod., 1991
2) P. Ciani (a cura di), Fanzinerie, catalogo della mostra, Pordenone, 1992
3) F. Alinovi, L'arte mia, Bologna, Il Mulino, 1984

Lapo Belmestieri



Picture disc per il Rock Contest del 1987

Lapo Belmestieri è nato a Firenze nel 1964. Dopo la maturità scientifica e due anni alla Facoltà di Architettura, è arrivato al diploma all'Istituto Superiore per le Industrie Artistiche di Firenze. Non ha mai pensato ad occuparsi di grafica ma semplicemente è accaduto. Da autodidatta, senza frequentare corsi o leggere manuali. Ha cominciato con la fanzine "Free", continuando con copertine di dischi, l'immagine coordinata per aziende, negozi, discoteche, la collaborazione col Museo Pecci di Prato e con varie riviste, etc.

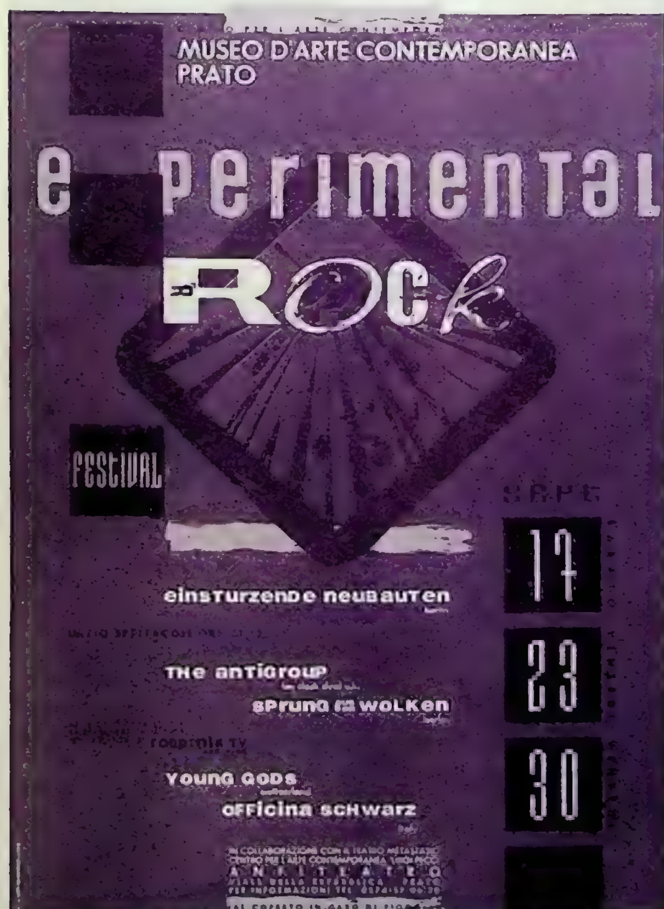


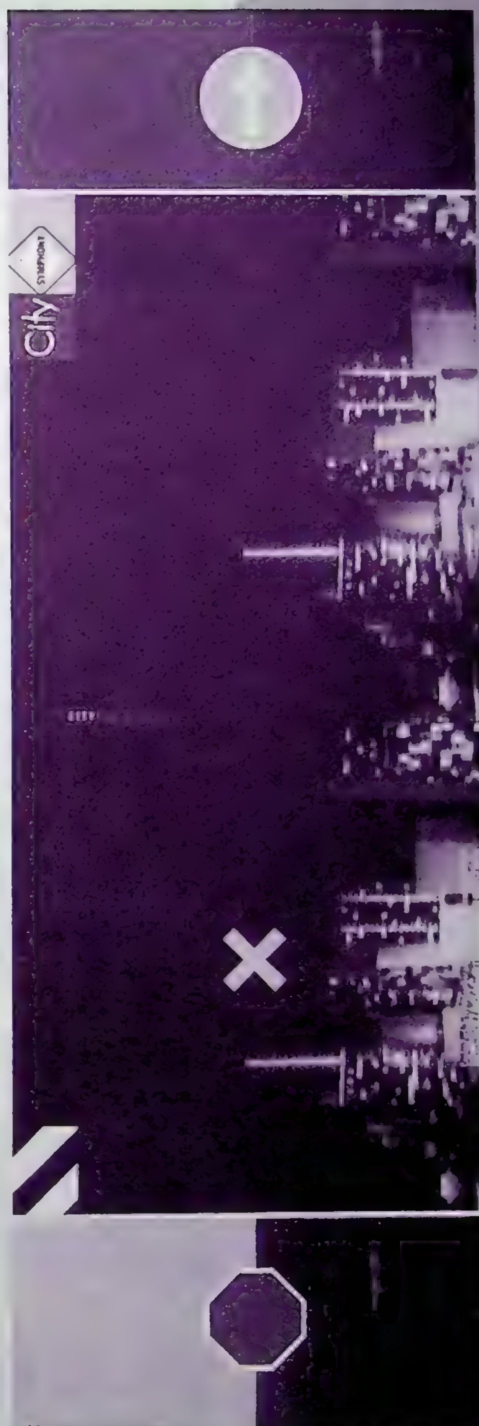
Pagina interna della fanzine Free n. 2, Firenze, 1983



Copertina del CD "Volume Sick" del gruppo Six Razorblades

È un'attività sempre più legata al campo del *visual design*, quello praticato da **Lapo Belmestieri**, un campo nel quale egli si distingue per la preziosità elegante delle sue immagini, che riescono a fondere complessità scenografica e precisione dell'impaginato, all'interno dei valori di una già citata "nuova tipografia" che diventa anche, in questo caso, griglia di relazione tra forme e immagini trasformate in segni simbolici per la comunicazione visiva. All'interno dell'ambiente fiorentino nel quale si forma e lavora, Belmestieri inizia infatti a ibridare icone (e registri stilistici) provenienti dalle culture più diverse, esprimendo visivamente una sensibilità multi etnica quando essa era ancora agli albori. Da qui la continuità del suo lavoro, dalla *Lacerba* al Museo *Luigi Pecci* di Prato; un percorso nel quale si affina però la capacità di rendere sempre più efficaci le forme sintetizzate, e sempre più omogenee le loro relazioni.





Locandine progettate per il Museo Luigi Pecci di Prato.

FESTIVAL DELLE COLLINE 9'2

Giugno

19 ADRIAN BELEW

23 JOE ZAWINUL SYNDICATE

26 ALI FARKA TOURE

30 GERI ALLEN QUARTET

Luglio

3 LINTON KWESI JOHNSON + DENNIS BOVELL DUB BAND + JEAN BINTA BREEZE

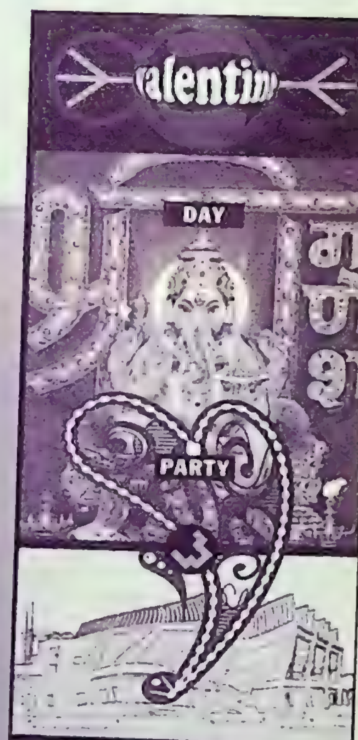
7 URBAN DANCE SQUAD

10 MACISTE CONTRO TUTTI FERRETTI ZAMBONI MAROCCOLO MAGNELLI UST'MAMO DISCIPLINATHA

14 LUIS RIZZO CUARTETO Y SUSANNA RIZZI: TANGHI ARGENTINI

Comune di Poggio a Caiano

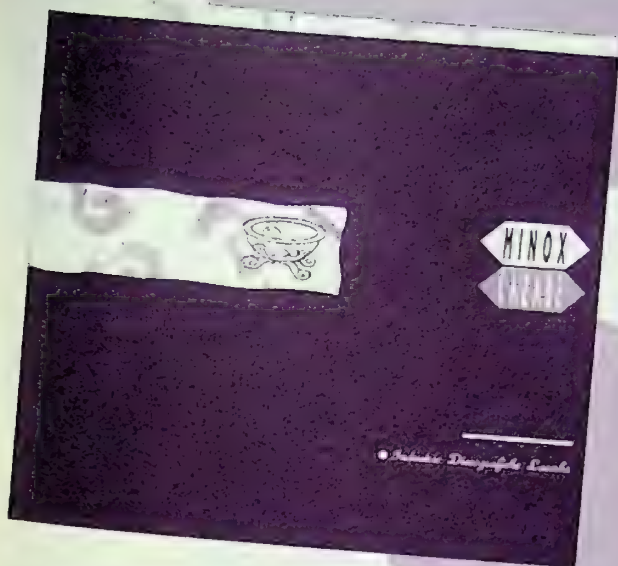
Programma per il Festival delle colline '92.

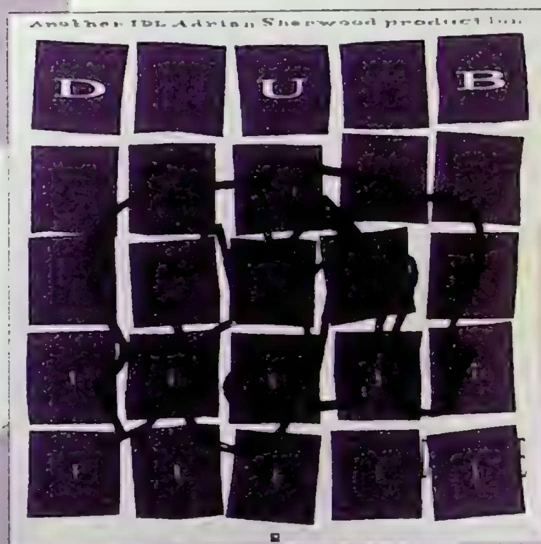


Cartoncino d'invito per il Valentine Day Party al Museo Pecci.

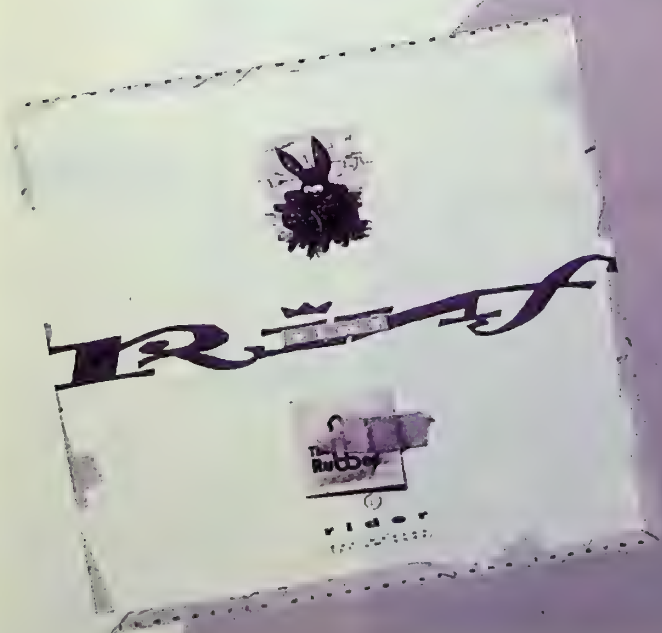


Copertina del programma per una rassegna di film al Museo Pecci.

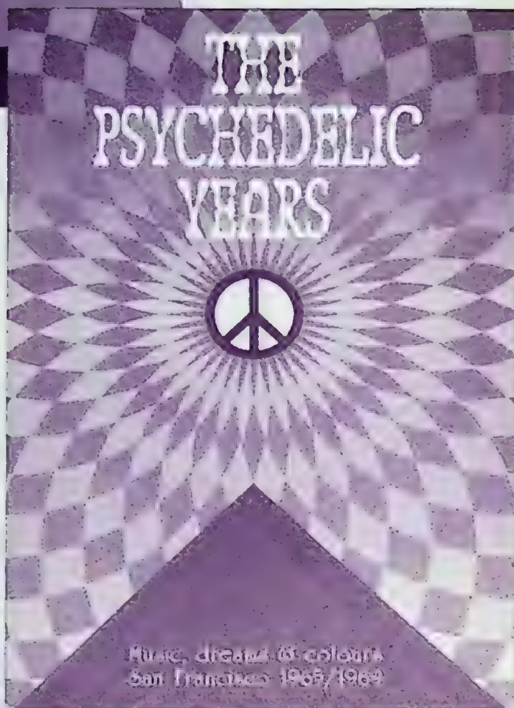




*In questa pagina alcune copertine di dischi progettate da **Lapo Belmestieri** per le **Industrie Discografiche Lacerba**.*

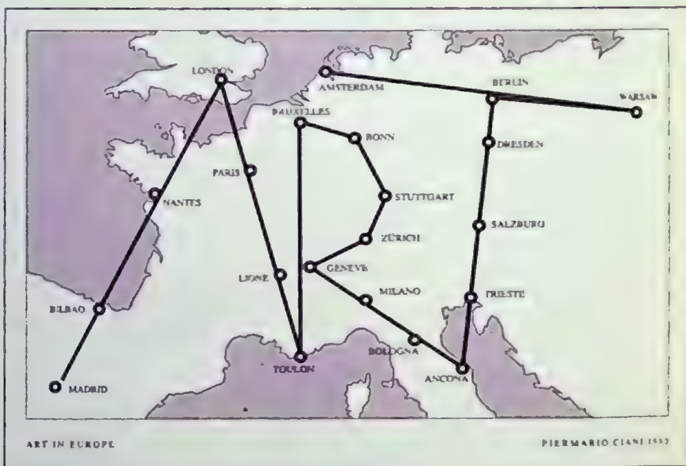


Piermario Ciani



Copertina del cofanetto ***The Psychedelic Years.*** *Stampa Alternativa, Roma, 1992.*

Piermario Ciani è nato nel 1951 a Bertiolo (Ud). Inizia ad esporre nel 1976; prima dipinti, poi fotografie, xerografie, mail-art, installazioni multimedia e immagini digitali. Ha lavorato come fotografo per musicisti ed etichette discografiche indipendenti, facendosi anche apprezzare per le ricerche personali nell'uso creativo della fotocopiatrice. Nella prima mostra personale a Udine del 1981, espone la serie di immagini "Ritratti Naoniani": fotografie dei punk pordenonesi rielaborate con la fotocopiatrice a colori. Dal 1980 è attivo nel network della Mail-Art partecipando a mostre e promuovendo vari progetti, tra cui TRAX e Stickerman. Dal 1986 utilizza il computer per realizzare immagini digitali, performance e installazioni, proposte al pubblico in varie occasioni: Pordenone, Modena, Umbertide, Bari, Graz, Linz, Wroklaw, Arnhem. Dal 1990 utilizza il computer prevalentemente come supporto per l'attività di graphic designer, attività documentata su: Design Journal (Korea), Linea Grafica, Per Lui, Progresso Fotografico, Stampa Alternativa, P.I.E. Books (Japan).



Cartolina ***Art in Europe*** *per la mostra About Art, Zierikzee, 1991.*



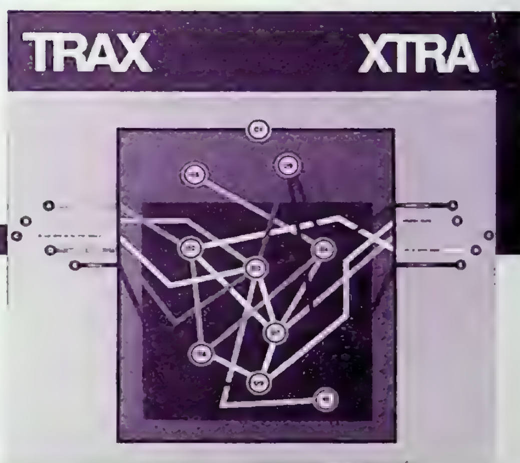
Cartolina ***Arthritis*** *per la mostra About Art, Eeklo, 1991.*



Copertina del LP *Substitute*, Atelier de montage, Pordenone, 1987.

Piermario Ciani è una sorta di esploratore delle tecnologie per la produzione di immagini che ha scoperto la più intima essenza dei meccanismi visivi per tradurre la complessità delle sue visioni in impaginazioni elegantemente orchestrate. Ma è anche, in rapporto a questo, un paladino dell'idea stessa di *network*, di rete comunicativa insomma, propugnata con estrema vivacità già dal 1981 all'interno del progetto *Trax*. Ciani è testimone e al tempo stesso protagonista delle evoluzioni *punk e post punk* in una atmosfera *new wave* venata di colori lividi e metropolitani, e caratterizzata dalla predisposizione al montaggio delle immagini in scenografie che l'autore friulano riesce a rendere quanto mai variegate e intriganti, senza mai essere confuse. In un certo senso egli fa confluire il suo percorso, con grande tempismo, all'interno delle problematiche di una "nuova tipografia", aiutata e riletta dai mezzi informatici.

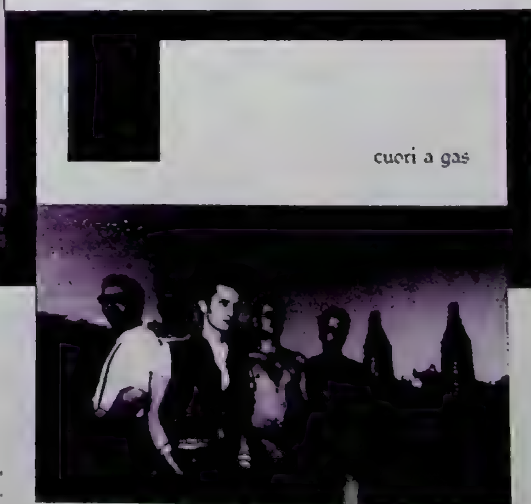
Carlo Branzaglia



Copertina del LP *Trax Xtra*, autoproduzione, Bertiolo, 1982.



Copertina del CD *Earthsound*, Sentemo, Cessalto, 1991.



Copertina del LP *Cuori a gas*, Atelier de montage, Pordenone, 1988.











Stickerman è un personaggio inesistente creato per promuovere l'uso degli adesivi, ritenuti un supporto economico e accessibile per la diffusione di ogni tipo di messaggi. In questa pagina alcuni marchi ideati da Piermario Ciani per il mondo parallelo di Stickerland.





























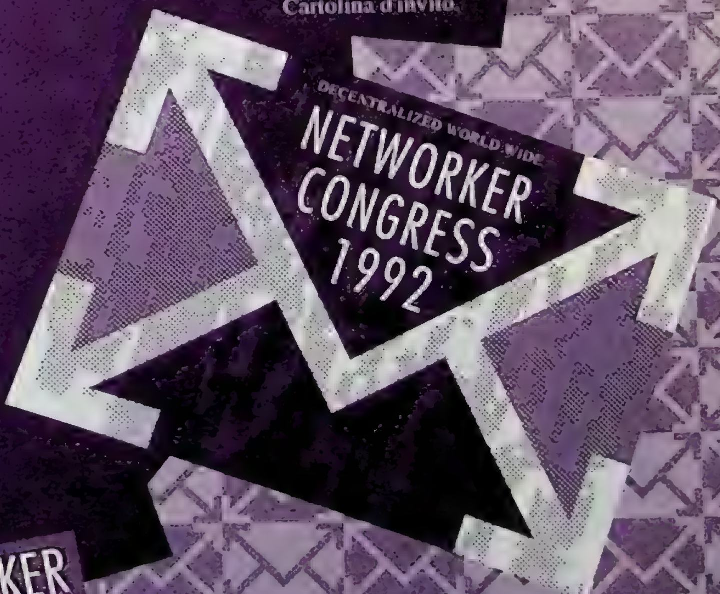
Copertina del n.63 della rivista "Arte Postale!" contenente un 45 giri con l'inno del Networker.



Cartolina inserita nella fustellatura della copertina di "Arte Postale!" n.63.

Durante il 1992 si sono svolti numerosi congressi decentralizzati con centinaia di artisti-networkers e Piermario Ciani ha ideato il marchio e curato l'immagine coordinata.

Cartolina d'invito.





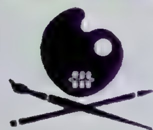
Cartellino adesivo per i congressisti.



Adesivo chiudibusta.

Matteo Guarnaccia

Matteo Guarnaccia è nato a Milano nel 1954. Agli inizi degli anni '70 si fa conoscere attraverso Insekten Sekte, uno dei primi esperimenti di multipli d'arte psichedelici itineranti. Artista multimediale, si fa apprezzare per la sua capacità di saper miscelare l'immaginazione sfrenata con una giusta dose d'ironia. Compie numerosi viaggi di ricerca in giro per il mondo, studiando da vicino le cosiddette "arti minori", dai cartelloni pubblicitari indiani ai camion afgani, dai manga giapponesi ai tatuaggi polinesiani. Visioni che rielabora nelle sue opere esposte in Italia e all'estero. Ha pubblicato vari libri e collaborato a numerose testate: Re Nudo, Risoamaro, Fallo!, Linus, ecc.



Il sentimento di una grande, irresistibile energia di espansione. Il ritmo di una danza sull'asse tra sistema nervoso e armonia cosmica. La temperatura calda e morbida del corpo che si sperimenta. Non riesco a vedere le immagini di Matteo come fantasiose bizzarrie: è di materiale energia vitale, che si tratta. Come diceva Joseph Campbell, i miti sono espressioni figurate delle energie del corpo. È proprio in questo senso che proporrei di guardare la mitologia per immagini di Matteo. Un senso di ricchezza: la ricchezza immensa che gli umani possiedono in sè e che finora hanno dispiegato solo in minima parte. Con contagiosa semplicità, Matteo mette in scena la possibilità materiale e positiva di affondare le mani in questa ricchezza neurologica, mentale, sentimentale, sensuale, psicochimica. Psichedelia, si dice. Certamente è così, se non si intende psichedelia in senso caricaturale, di allucinazione o di viaggio fuori da sè. È il viaggio dentro di sè, dentro i propri centri vitali, dentro la materia calda dell'orgasmo espansivo, che l'immaginario psichedelico ci regala. Non vacanza: stile di vita. Guardate le immagini di Matteo in questa luce, vi prego.

Franco Bolelli

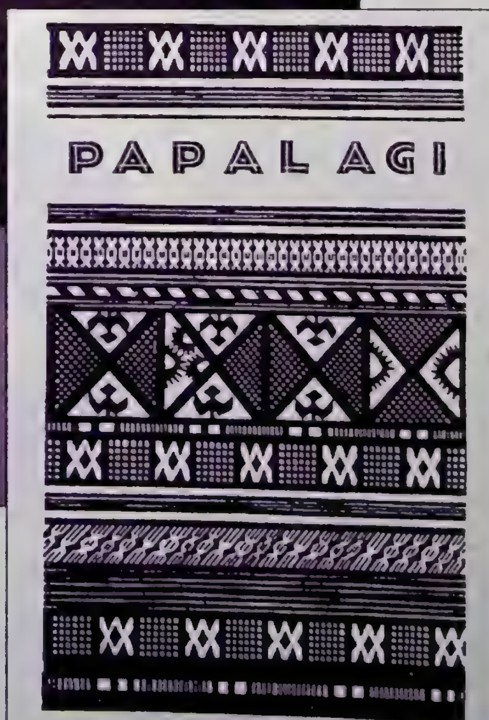
Disegno dal libro "Sweet little shakes of spine", Papalagi, Milano, 1992.

Copertina del libro
The born again pagan travel book,
Papalagi, Milano, 1991.





Copertina della prima raccolta dei fumetti di Matteo Guarnaccia. Matteo Valerio Luciano Comix, Fallo! Edizioni, Roma, 1973.



*Copertina per il libro **Papalagi** della collana Millelire, Stampa Alternativa, Roma, 1990.*



Dal libro *Sweet little shakes of spine*, Papalagi, Milano, 1991.

"Penso che (Matteo Guarnaccia) abbia raggiunto la massima capacità espressiva possibile nel rendere per immagini le fantasie psichedeliche"

Dr. Albert Hofmann

"(...) immagini selvaggiamente stravaganti che uniscono Arte Fantasy con echi di simbolismo Maya e borbottii New Age (...) Sontuose illustrazioni eseguite in modo fantastico, offrono ore di divertimento ai lettori graficamente affamati. (...) Figure allucinatorie rese spettacolarmente provocano multidimensionali fantasie multicolorate e livelli di attrazione psichedelica per l'occhio (...)"

Factsheet Five, Usa

"Ecco disegni che la scuotono, sia pure piano e dolcemente, la spina dorsale, e mettono in movimento tutte le kundalini e gli altri probabili serpentini e forze animali e visionarie che ci stanno acquattate, addormentate."

Claudio Risé





Disegno dalla terza di copertina del libro The born again Pagan travel book, Papalagi, Milano, 1991.

"In generale tutta la sua ricerca si può definire come un intreccio di echi provenienti simultaneamente da culture arcaiche, moderne tecniche di analisi psichica, ricerche scientifiche sull'attività della mente"

Giancarlo Ascari



Dal libro Un'educazione tribale, Papalagi, Milano, 1993.

Gianluca Lerici

Prof. Bad Trip

Gianluca Lerici è nato il 21 maggio 1963. Nel 1979 inizia una vita fatta di fanzines musical-politiche, gruppi punk, programmi radiofonici hardcore. Col tempo ampliò i propri interessi: pittura, grafica, scultura (si é diplomato all'Accademia di Belle Arti di Carrara), Mail-Art, Networking, Graffiti, serigrafia (T-Shirts). Da studente sbarcava il lunario lavorando come vignettista per giornali locali e illustratore di copertine di bootlegs. Ha collaborato ad un'infinità di riviste: Frigidaire, Tempi Supplementari, Vinile, Amen, Decoder, Rockerilla, Rumore, Usmis, Insekten Sekte, Cyborg, ecc. Ha pubblicato libri a fumetti: "Il Pasto Nudo", "Mondo Tecno" e "Psycho".



Copertina per bootleg CD dei Van Halen

Copertina per videocassetta. Shake edizioni underground, Milano, 1992

W.S.BURROUGHS
COMMISSIONER OF SEWERS
UN FILM DI KLAUS MAECK

W.S.BURROUGHS
ShaKe EDIZIONI
COMMISSIONER OF SEWERS

READING
FILMKUNST 66 THEATRE
INTERVISTA DI
JÜRGEN PLOG
PILOTA E SCRITTORE

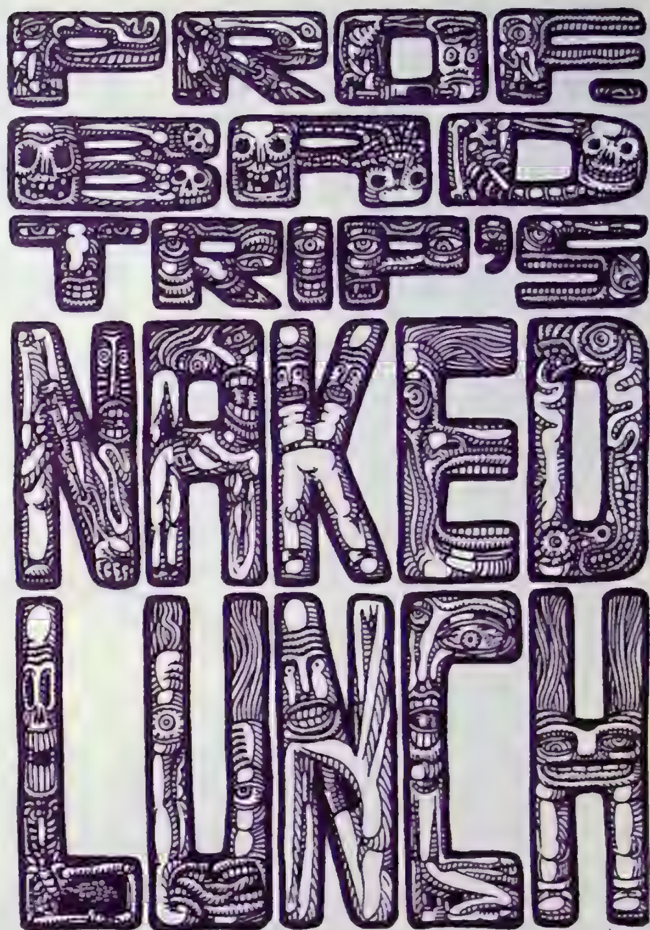
CON BRANI DAI FILM
"William Burroughs" di H. Brookner "Drugstore Cowboy" e "Thanksgiving Prayer" di G. Van Sant, "Decoder" di Maeck Muscha
MUSICHE DI
Brian Jones, Jorge Reyes, Fish For Fish, F.M. Einheit, W. Burroughs durata [illegible] min.

L. 15.000

ShaKe

Gianluca Lerici, alias **Professor Bad Trip**, dà vita col suo segno ad un a incredibile mescolanza di soluzioni tecniche e di culture visive, senza che la assoluta originalità e riconoscibilità dello stesso diventi una maglia troppo rigida e incapace di rimodellarsi. Ascendenze *hard core*, deliri psichedelici, *cut up*, ritmi *techno*, allucinazioni centro americane, tutto riesce a fondersi grazie ad uno stile incredibilmente complesso, che nell'accuratezza e nell'assoluta precisione formale trova la chiave per smontare e rimontare tutte le immagini incontrate sulla propria strada, ivi comprese quelle prefatte (si pensi ai collage su *Decoder* e *Tempi Supplementari*). In questo senso le immagini realizzate dall'autore sono molto di più che semplici illustrazioni, sia perché totalmente pervasive, incapaci di lasciare spazi vuoti nella pagina; sia perché debitamente impostate, a livello "architettonico", con la capacità di assorbire il tempo di lettura al loro stesso interno.

Carlo Branzaglia



Frontespizio del volume a fumetti liberamente ispirato a ***The Naked Lunch*** *di W.S. Burroughs, Shake edizioni underground, Milano, 1992.*

Frontespizio della storia a fumetti ***Mondo Tecno****, R&R Editrice, Spoleto, 1993.*



bad trip

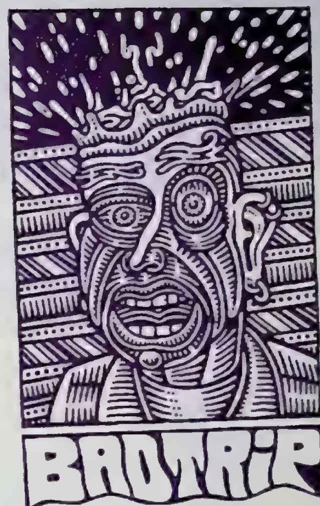
DECODER DEI PICCOLI



Pagina interna dal n.6 di Decoder, rivista internazionale underground, Milano, 1991.

T-SHIRT CATALOGUE N.4 SUMMER 1993





"Uno stile tra la pittura popolare messicana e l'underground americano." *(Panorama)*

"... L' estetica del brutto e del cattivo" *(Corriere Della Sera)*

"Capacità di immaginazione fantastica e complessità dell'apparato visivo..." *(Linea Grafica)*

"... violenta iconografia metropolitana..." *(Rumore)*





Disegni dal catalogo di T-Shirt ideate e stampate da Gianluca Lerici.





Giacomo Spazio Moietta

Giacomo Spazio è nato nel 1957 a Milano nel Quartiere sub-sonico di Quarto Oggiaro. Ha frequentato tutte le scuole possibili fino ad abbandonare gli studi, per colpa della musica punk, ad un passo dalla laurea in filosofia (gli mancavano duecento esami). Nel 1978 si trasferisce in Inghilterra dove fortunatamente inciampa in una lastra serigrafica del Rockin' Design Group. Nel 1980 torna in Italia e inizia una collaborazione costante con vari produttori di T-Shirt. Di colpo impazzisce e decide di fondare il gruppo punk-wave 2+2=5 e di occuparsi di musica come pubblicista (Epoca, 100 Cose, Panorama, ecc.), collaborando con numerose fanzine (Onda 400, Zero-Zero, Decoder, Vinile, ecc.). Nel 1982 da Radio Popolare di Milano è il primo in Italia a trasmettere solo musica under-indipendente. Dal 1986 si occupa di grafica editoriale per mensili (Vogue, 100 Cose), libri (ideatore e curatore della Collana Sconcerto di Stampa Alternativa), dischi (per l'etichetta Vox Pop di cui è anche il fondatore e per altre majors e indipendenti). Collabora da Sempre con Laura Mars e con lo studio grafico D.O.M. Design.



*Cartolina **Pollock strikes back...** dalla serie di xerografie dei primi anni '80, Malucards, Milano.*



*Cartolina per la mostra **Dreaming some ties**, Stato di Naon, Pordenone, 1988.*



*Illustrazione dal n.0 di **Vinile**, Stampa Alternativa, Roma, 1987.*

Cartolina per lo studio grafico
1999 Enterprise.

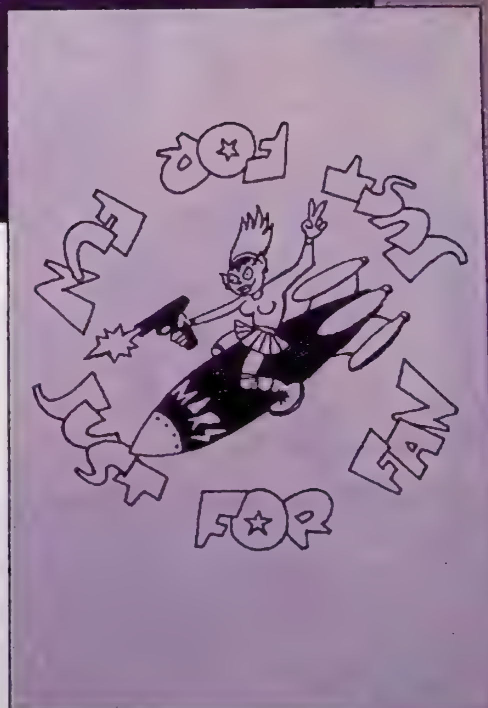


*Cartolina promozionale per il negozio di magliette **T-Shock**.*



Non c'è forse campo della comunicazione che **Giacomo Spazio** non abbia toccato, e non solo tangenzialmente ma con un interesse sentito e profondo che l'ha portato comunque a progettare e impostare compiutamente interventi negli ambiti più diversi (dalla discografia alle gallerie d'arte), pur muovendosi con una spiccata ironia e un senso del gioco che talora diventa anche auto riflessivo, come traspare dalle frequenti modificazioni della sua firma (ricordiamo un *Jaques Espace*, ad esempio). Spazio si distingue per l'amore dei colori scintillanti figli di una mentalità neo pop legata ad alcune evoluzioni della *new wave* italiana. Questo taglio lo porta all'impiego di tecniche povere e di immagini provenienti dalla più trita quotidianità, rese però splendenti da questo luccichio metropolitano che diventa spesso un vero e proprio registro stilistico, come accade col volutissimo atteggiamento *trash* della testata *Vinile*, o nella rutilanza psichedelica di certe sue copertine.

Carlo Branzaglia



*Cartolina promozionale per il negozio di dischi **Ice Age**.*

Alcune delle copertine realizzate da Giacomo Spazio per la collana *Sconcerto* di Stampa Alternativa.



Joy Division



Velved Underground



The Smiths



Il numero 4 della rivista Vinile.

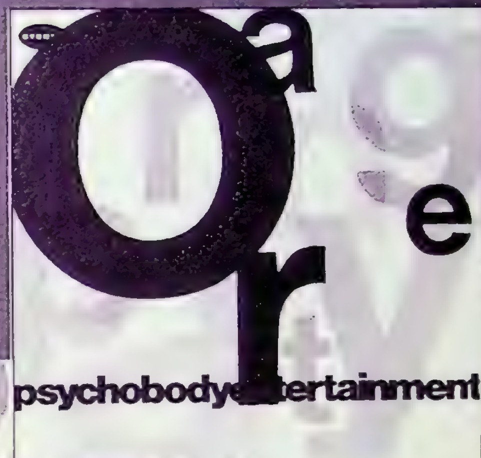


Syd Barrett

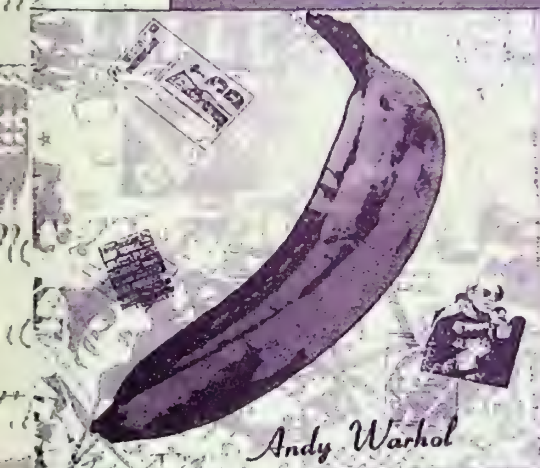
Giacomo Spazio è attivo nell'editoria discografica, sia come produttore che art director. In questa pagina alcune copertine di dischi per l'etichetta **Vox Pop** che lo hanno visto protagonista in entrambi i ruoli.



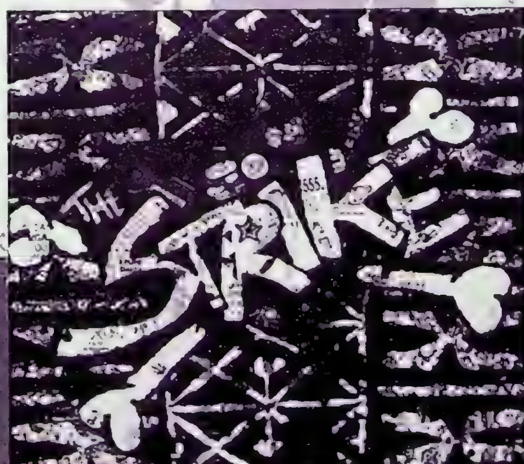
Casino Royale, Rien va plus.



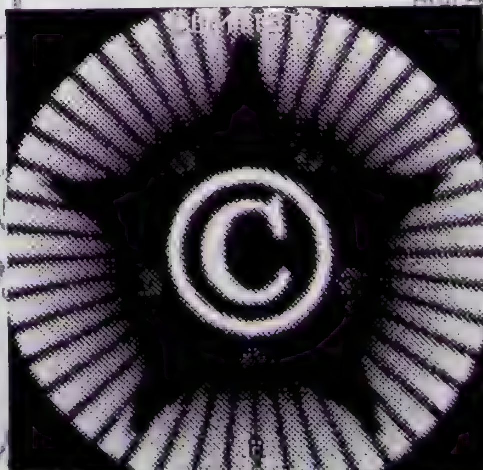
Orange Party, Psychobodyentertainment.



AA.VV., A tribute to Andy Warhol.



The Strike, Mix.



Comitato, La casa è un diritto.

STEFANO TAMBURINI





È nato a Roma nel 1955. Ha curato la grafica di Cannibale e Frigidaire, riviste da lui fondate. È l'ideatore e lo sceneggiatore delle storie a fumetti di Ranxerox. Su Frigidaire pubblica le storie di Snake Agent e una gran quantità di illustrazioni editoriali, tra le quali vanno segnalate quelle di sommario e le seconde di copertina, vera palestra di grafica sperimentale. Con lo pseudonimo di Red Vynile ha svolto anche il ruolo di critico musicale. Ha realizzato illustrazioni per Musica 80 e per la rivista tedesca Chic per la quale ha preparato le tavole di Vudu Moda. Ha collaborato con la Monofonic Orchestra e progettato l'immagine grafica della ditta farmaceutica Sizer. È morto all'improvviso nel 1987.



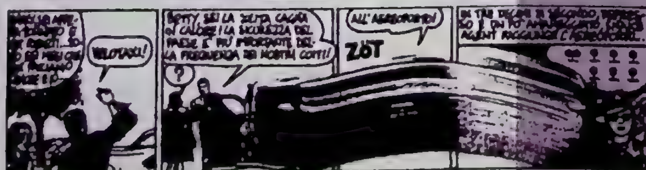


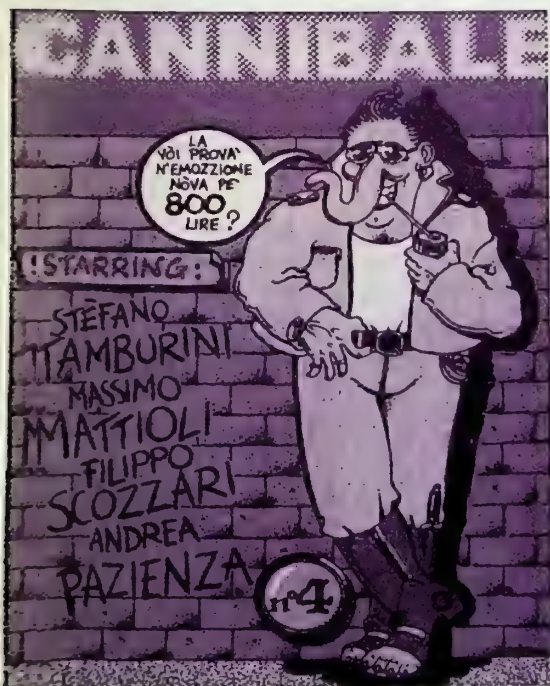
Tavola dei fumetti ricreati da Tamburini con la fotocopiatrice.

Stefano Tamburini ha in un certo senso rappresentato, all'interno dell'intero panorama italiano, la sublimazione delle istanze fortemente politicizzate degli anni '70 in un panorama nuovo, fortemente intriso di questioni tecnologiche. Dall'inizio degli anni '80 l'autore romano scopre le gioie della riproducibilità, e del furto, ad essa connesso. Il lavoro di Tamburini parte infatti da materiali, forme, figure dichiaratamente preconfezionate (esemplare quando si firma *Tamburhol* o *Tamburotella*), composte nella logica di una estremizzazione (o accelerazione, come la chiamava lui) che le rende vivide e taglienti, uniformandole all'insegna di una freddezza che è anche figlia di un assoluto rigore concettuale e progettuale. Fumetti, xerografie, brani musicali, video, illustrazioni, collezioni di moda, l'impostazione stessa di *Frigidaire* sono i frutti di una sensibilità eccitata che ha trovato una vetta espressiva nella creazione di *Ranxerox*, il robottone meccanico scomparso con il suo autore.

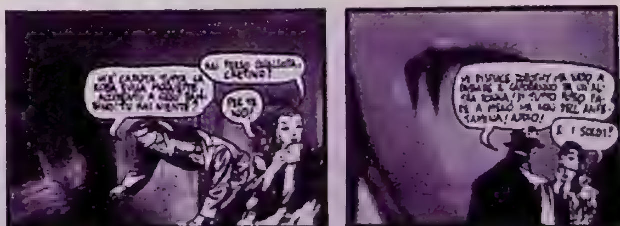
Carlo Branzaglia



Dalla serie Vudù moda.



Copertina della rivista Cannibale, Roma, 1977.





Una pagina del fumetto Snake Agent.

Due copertine di riviste progettate da Tamburini.

Due tavole della serie Vudù moda.

Oltre al progetto grafico della rivista, anche l'illustrazione di questa copertina è di ***Stefano Tamburini.***

Primo Carnera Editore

L. 3.000

FRIGIDAIRE

Nell'interno:

Il giovane criminale

un inedito di Jean Genet

ROME
KYOTO

La seconda di copertina e il sommario del n.20 di ***Frigidaire****, Roma, luglio 1982.*

C O N T E N U T I

Organizzazione:
Gino Cadin e Attilio Perissinotti

Allestimento mostra: Marco Pasian

Progetto grafico: Piermario Ciani

Si ringrazia per la collaborazione:
Matteo Guarnaccia, Giacomo Spazio,
Tommaso Tozzi, Pierluigi Vannozzi.

Con il contributo di:
Ente Fiera, Virus, Rototom,
la 5a Strada, La Rivisteria,
Unipol assicurazioni.

Fotolito e Montaggi:
Grafica 1, Codroipo (UD)
Stampa: T & T, Rivignano (UD)

ARCINOVA
PORDENONE

Via Mazzini, n.64/a
33170 Pordenone
Telefono e Fax 0434 26023

Dopo la panoramica sul mondo variegato delle fanzine, Arcinova Pordenone continua la ricerca nel mondo dell'editoria sotterranea proponendo una sintetica antologia di testi e una mostra incentrata sulla produzione grafica italiana. Un viaggio nelle interzone visive frequentate da alcuni tra i più interessanti produttori di immagini dell'editoria autoprodotta italiana.

3,00